

### La música

Lluís Gendrau

Grup Enderrock

La indústria musical catalana ha recuperat la capacitat d'inversió en el bienni 2015–2016. Tot i això, mentre el negoci de la música en directe ha anat en auge amb un increment del 29% de la facturació —fet al qual se suma un important creixement d'espectadors i concerts—, el sector discogràfic s'ha enfonsat en la crisi més profunda de la seva història, amb una caiguda del 25% en els darrers dos anys. Ni el repunt de les vendes de discs en format digital ni els nous ingressos per reproducció en temps real han pogut equilibrar una situació que no ha fet més que caure en picat al llarg de la darrera dècada. Al mateix temps, el consum de música en català, principalment a la ràdio, ha augmentat de manera espectacular un 178% en aquest mateix període, i ha tingut també un creixement del 26% l'assistència a concerts.

GENDRAU, Lluís (2017): "La música", a CIVIL I SERRA, Marta; CORBELLÀ CORDOMÍ, Joan M.; FERRÉ PAVIA, Carme; SABATÉ I SALAZAR, Joan, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2015–2016*. Barcelona : Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona : Generalitat de Catalunya. Direcció General de Difusió, pàgs. 185–196. Col·lecció Lexikon Informes, 5. ISSN 2014-2773. Disponible a: <http://incom.uab.cat/informe/2015-16/capitol10.pdf>

**La majoria d'espectadors de música en viu reclama noms consagrats, mentre que el preu és un fre per a la compra d'entrades**

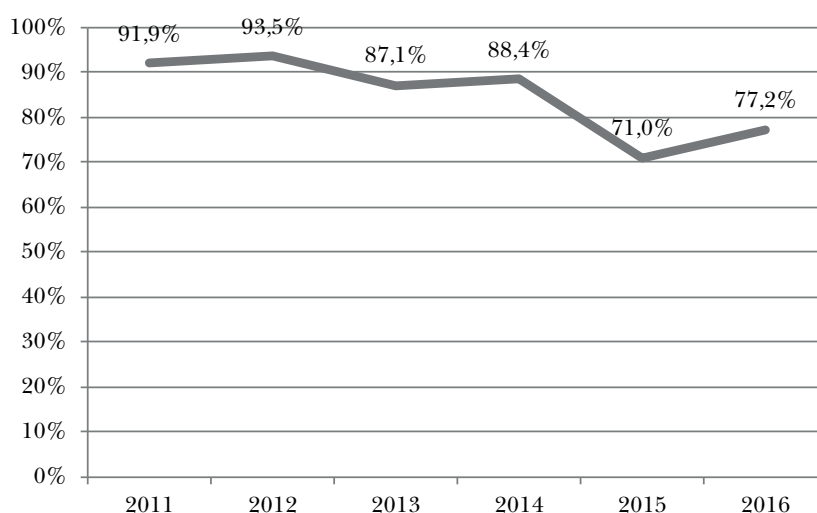


## 1. Consum musical a Catalunya<sup>1</sup>

Per conèixer el mercat musical català, la primera dada a analitzar és el consum, per constatar que l'any 2016 hi va haver un canvi d'inflexió i els catalans van anar menys a concerts però van escoltar més música, segons les dades aportades per l'Enquesta de Participació Cultural elaborada per la Generalitat de Catalunya (vegeu el gràfic 1 i 2). Tot i això, la tendència dels darrers quatre anys és un augment de més de 9 punts en l'assistència a concerts —del 29,8% de 2013 al 39,2% de 2016— i una caiguda de gairebé 10 punts en l'escolta de música —del 87,1% de 2013 al 77,2% de 2016—. Un terç d'aquest públic ha anat a festivals. Malgrat això, el format de macrofestival es considera cada cop és menys atractiu, amb un retrocés del 17 al 12% en els darrers dos anys. La majoria d'espectadors de música en viu prefereix anar a concerts d'un sol artista, reclama noms consagrats i perd interès pels emergents, mentre que el preu i la crisi s'accentuen com a frens a l'hora de comprar una entrada.

El fet que un 60% dels catalans no hagi assistit a cap concert el 2016 no concorda amb els índexs que indiquen un creixement generalitzat d'espectadors a concerts i festivals arreu dels Països Catalans. Aquesta paradoxa només s'explica per la capacitat del mercat català de convertir-se en un pol d'atracció de turisme musical internacional, tal com indica la distribució d'assistents als grans festivals o cicles de música clàssica, on prop del 50% del públic és estranger. D'altra banda, l'escolta de música entre els catalans tampoc no acaba de presentar uns resultats gaire optimistes. Tot i que puja entre el 2015 i el 2016 del 71 al 77%, és un percentatge que es manté encara per sota del 88,4% registrat el 2014. A més, la meitat d'oients ho fa poc més d'una hora al dia.

**Gràfic 1. Escolta de música a Catalunya, en percentatge (2013–2016)**

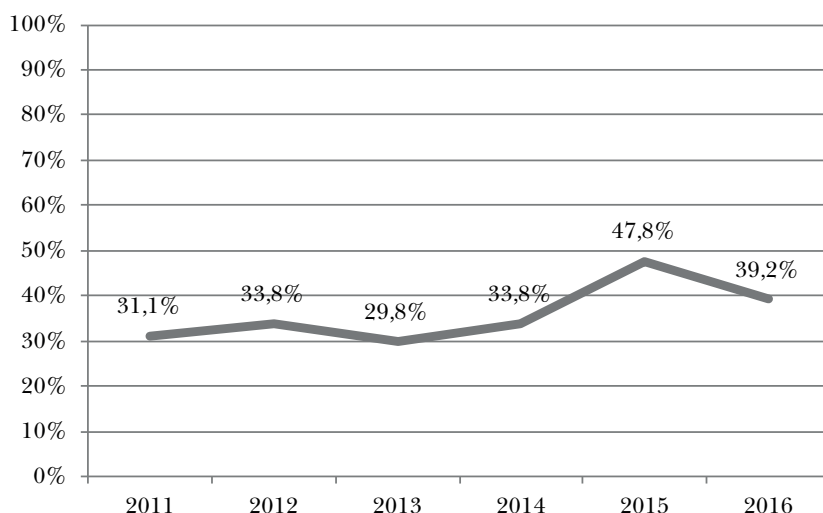


1. Aquest capítol s'ha elaborat amb la col·laboració d'Helena Morén Alegret, Jordi Novell, Jordi Martí, Ignasi Franch, Teresa Vallbona, Cristina Garde i Rosa M. Pujol.

Nota: els anys 2011 a 2014, es comptabilitzen els enquestats que han escoltat música els darrers tres mesos, i el 2015 i 2016, els que ho han fet els darrers 12 mesos.

Font: ENQUESTA DE PARTICIPACIÓ CULTURAL, GENERALITAT DE CATALUNYA (any 2016).

**Gràfic 2. Assistència a concerts a Catalunya, en percentatge (2013–2016)**



Nota: els anys 2011 a 2014, es comptabilitzen els enquestats que han anat a concerts els darrers tres mesos, i el 2015 i 2016, els que ho han fet els darrers 12 mesos.

Font: ENQUESTA DE PARTICIPACIÓ CULTURAL, GENERALITAT DE CATALUNYA (any 2016).

**El català ha tingut una evolució favorable en el darrer bienni, tot i que el castellà i l'anglès dominen clarament les llistes de reproducció**

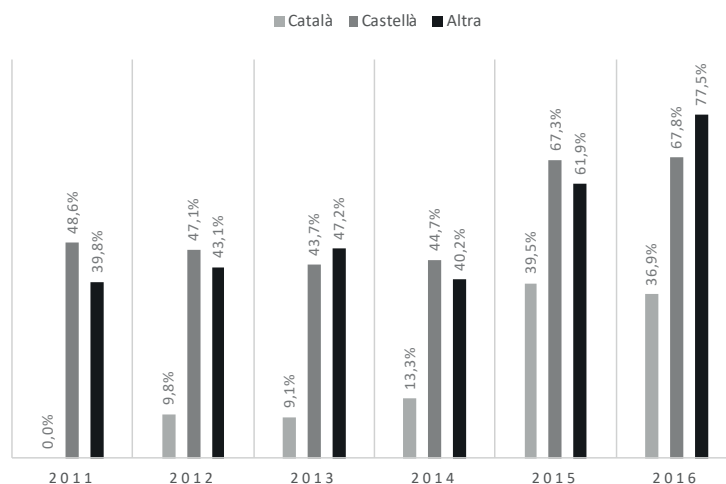


### 1.1. Música i llengua

Si analitzem la llengua en el consum musical, cal indicar que el català ha tingut una evolució favorable en el darrer bienni, tot i que el castellà i l'anglès dominen clarament les llistes de reproducció.<sup>2</sup> Quan es demana en quin idioma s'ha escoltat música en la jornada anterior, el percentatge del català l'any 2016 ha estat d'un reduït 37% davant del 70% que ha sentit alguna cançó en castellà o anglès (vegeu el gràfic 3). De fet, l'audiència de música en català ha perdut gairebé 3 punts respecte a l'any anterior, mentre que en anglès i altres llengües ha augmentat 16 punts, fins a quasi un 78% històric, i en castellà s'ha mantingut al voltant del 68%. L'escolta de música en català —sobretot per mitjà de la ràdio, les xarxes socials, YouTube i altres plataformes de reproducció en temps real— va fer un salt significatiu el 2015, quan va més que triplicar la mitjana de l'11% dels quatre anys anteriors. Del 2014 al 2016 el consum de música en català ha augmentat de manera espectacular. El nombre de persones que havien escoltat música en català les darreres 24 hores creix 24 punts: passa del 13 al 37%.

2. Per a més informació vegeu el capítol "Espais comunicatius i llengua" d'aquest mateix informe.

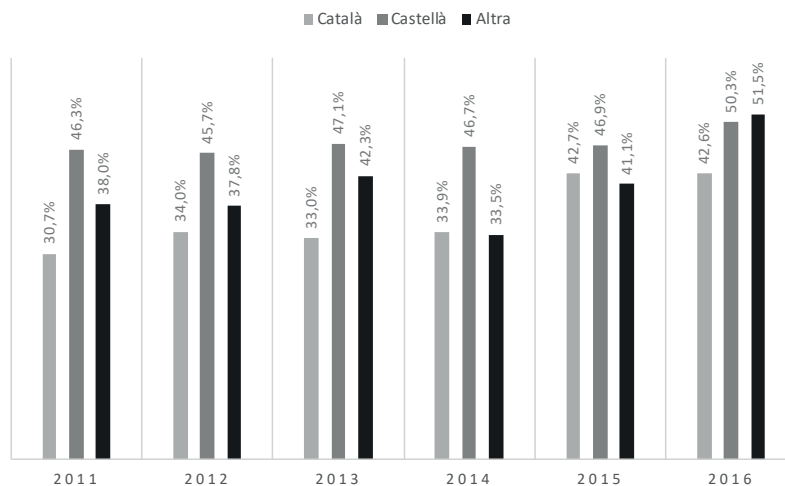
**Gràfic 3. Llengua de la darrera música escoltada (2013–2016)**



Font: ENQUESTA DE PARTICIPACIÓ CULTURAL, GENERALITAT DE CATALUNYA (any 2016).

Pel que fa als concerts, el consum de música en català creix cada any, però s'ha estancat també com a tercera llengua, per darrere del castellà i l'anglès (vegeu el gràfic 4). Si el 2015 va créixer 10 punts en relació a la mitjana dels quatre anys anteriors, el 2016 el percentatge de catalans que assegurava que la llengua de l'últim concert al qual havia anat era el català s'ha mantingut al voltant del 43%. Tanmateix, el consum de directes en català no ha crescut amb la mateixa progressió que la resta. En el cas de l'anglès i altres llengües (francès, alemany, etc.), el 2016 ha ascendit uns notables 11 punts, del 41 al 52%, i s'ha situat en primer lloc, mentre que l'assistència a concerts en castellà ha crescut 3 punts percentuals, del 47 al 50%. En el darrer bienni l'assistència a concerts de música en català ha crescut 9 punts, passant del 34% el 2014 al 43% el 2016.

**Gràfic 4. Llengua dels concerts als quals han assistit (2013–2016)**



Font: ENQUESTA DE PARTICIPACIÓ CULTURAL, GENERALITAT DE CATALUNYA (any 2016).

## 1.2. Música per estils

Amb un lideratge indiscutible, el 2016 el pop-rock se situa com l'estil preferit pel 66% dels catalans. Tot i un lleu descens, el valor no s'altera pràcticament des de fa anys: el 2015 era el 66,7%, i el 2014, el 67,3%. Amb tot, hi ha tres altres gèneres que el 2016 han assolit un seguiment notable: les músiques llatines han doblat el consum (del 15,3 al 27,1%), la clàssica i simfònica ha guanyat 7 punts (del 20,2 al 26,8%) i la cançó d'autor i melòdica s'ha mantingut (del 32,3 al 31,8%). Val a dir que l'any 2015 la clàssica se situava en sisè lloc i la salsa ni tan sols figurava com a estil diferenciats entre els vuit primers.

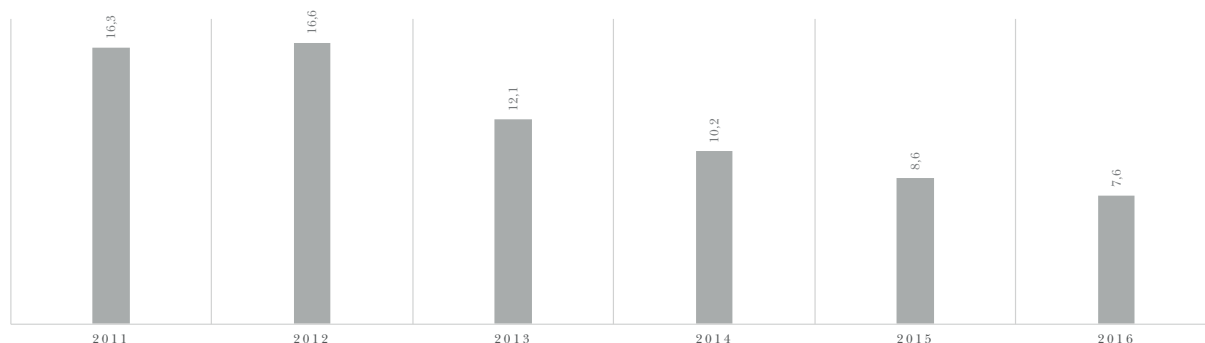
**El negoci de la indústria discogràfica catalana no s'ha recuperat tampoc l'any 2016 i ha patit la quarta davallada anual consecutiva**



## 2. Indústria discogràfica

El negoci de la indústria discogràfica catalana no s'ha recuperat tampoc l'any 2016 i ha patit la quarta davallada anual consecutiva (vegeu el gràfic 5), segons les dades presentades per l'*Anuari de la música* (GRUP ENDERROCK, 2014–2017). La facturació s'ha situat en un nou mínim històric de 7,6 milions d'euros, amb una pèrdua de gairebé el 12% respecte a l'exercici anterior. La davallada del 21% del format físic no s'ha vist compensada amb l'ascens digital del 7%, a diferència de que passa en el marc espanyol i mundial, on la facturació és positiva gràcies a la contundent evolució del mercat digital i a la recuperació en la venda dels LP de vinil. Per contra, la producció de discs en català ha superat per primera vegada a la història el miler de referències, tot i que només quatre edicions han superat les 10.000 còpies venudes.

**Gràfic 5. Facturació de la indústria discogràfica catalana, en milions d'euros (2013–2016)**



Font: GRUP ENDERROCK (2013–2016).

**El 2016 el sector de les discogràfiques catalanes ha registrat una pèrdua de facturació del 54,2% respecte a 2012**



La capacitat de resistència de les discogràfiques catalanes es redueix any rere any. La tendència a la baixa del darrer quadrienni és tan significativa que el 2016 el sector ha registrat una pèrdua de facturació del 54,2% respecte a 2012. La facturació ha assolit un nou mínim històric, molt lluny dels 27 milions de fa una dècada. Per contra, a Espanya el 2016 els resultats han estat positius per segon any consecutiu (+2%) i, per primer cop, els ingressos del mercat discogràfic digital han superat els del físic. A Catalunya, tot i apropar-se al punt d'inflexió, la proporció encara ha estat de 6 a 4 a favor del CD. Respecte a 2014, la venda digital a Catalunya s'ha mantingut pràcticament al mateix nivell sense un creixement apreciable (al voltant del 3 milions d'euros de facturació), molt per sota dels resultats obtinguts pel mercat físic, que en els darrers dos anys ha perdut un 36% de facturació, passant de 7,2 a 4,6 milions d'euros (vegeu la taula 1).

**Taula 1. Facturació per vendes al mercat discogràfic espanyol i català (2011–2016)**

	2011		2012		2013		2014		2015		2016	
<b>Mercat de música enregistrada a Espanya</b>	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%
Mercat físic	102,2	68,8%	92,8	65,8%	71,7	59,8%	87,0	58,0%	81,2	50,7%	63,5	38,8%
Mercat digital	46,4	31,2%	48,3	34,2%	48,1	40,2%	62,9	42,0%	79,0	49,3%	100,3	61,2%
<b>Total</b>	<b>148,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>141,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>119,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>149,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>160,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>163,8</b>	<b>100,0%</b>
<b>Compres de música enregistrada per habitant (en euros)</b>	3,1		4,0		2,5		3,2		3,4		3,5	
<b>Mercat de música enregistrada a Catalunya</b>	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%
Mercat físic	14,6	89,6%	10,7	64,4%	8,6	70,5%	7,2	70,7%	5,8	67,6%	4,6	60,7%
Mercat digital	1,7	10,4%	5,9	35,6%	3,6	29,5%	3,0	29,3%	2,8	32,4%	3,0	39,3%
<b>Total</b>	<b>16,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>16,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>12,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>10,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,6</b>	<b>100,0%</b>

Font: GRUP ENDERROCK (2013–2016).

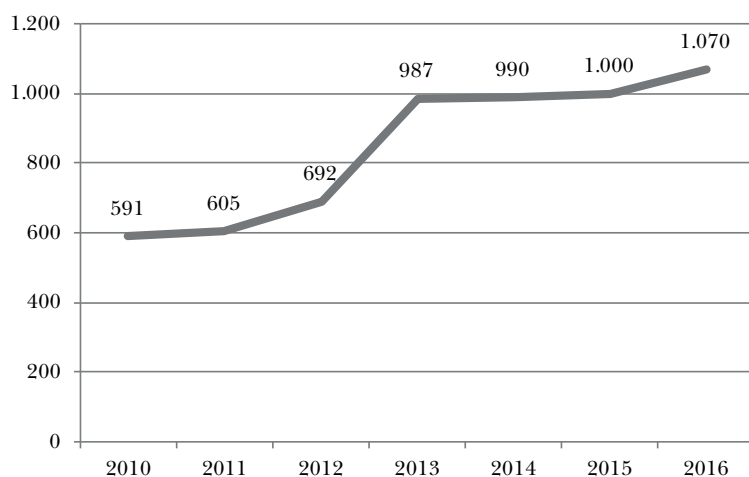
La greu situació conjuntural de la indústria catalana s'aprecia en el fet que actualment suposa tan sols el 12% del mercat espanyol —fa 10 anys representava gairebé el doble—, i que la majoria de segells inverteixen només en la producció autòctona amb molt poca capacitat d'exportació o de competir amb les companyies multinacionals. Tot i que el mercat musical és global, el valor dels segells independents catalans es redueix

a l'àmbit local —a diferència d'altres sectors culturals com el cinema—, atès que el 60% de la música que editen i distribueixen se circumscriu a artistes locals. A escala mundial, els ingressos del sector discogràfic van pujar un 3,2% el 2015, i el negoci digital —45% del total— va superar els guanys derivats de la venda física —que conformen el 39%—, segons la Federació Internacional de la Indústria Fonogràfica. Els ingressos de les discogràfiques per comunicació pública i per sincronització de fonogrames —ús de música per a publicitat, cinema o televisió— van representar el 8% de la facturació, amb un creixement del 0,6%, fet que confirma la tendència a l'alça del sector. Les tres grans multinacionals —Sony, Universal i Warner— tenien el 2015 el 64% del mercat editorial mundial, estant el 36% restant en mans independents, una distribució equivalent al que succeeix en el mercat català.

## 2.1. Producció i venda de discs catalans

La producció discogràfica en català i instrumental ha augmentat el 2016 un 5% i supera per primera vegada la xifra històrica del miler d'edicions, amb 1.070 referències publicades en format físic i digital, segons les dades recollides pel Grup Enderrock. L'evolució dels darrers anys marca una producció clarament a l'alça, ja que s'ha passat de les 692 referències editades el 2012 a 987 el 2013, 988 el 2014 i 999 el 2015 (vegeu el gràfic 6). El creixement del 2016 respecte a quatre anys enrere és del 55%, però si ens fixem en les darreres dues dècades veurem que el 1996 el registre d'edicions en català era només de 103 referències, de manera que s'ha multiplicat gairebé per 10 (+939%) la creació i producció de fonogrames en català.

**Gràfic 6. Referències editades en llengua catalana (2010–2016)**



Font: GRUP ENDERROCK (2010–2016).

**Les dades de 2016 han estat clarament positives per a la indústria catalana de la música en directe i la recuperació indica l'augment de totes les variables respecte a l'exercici anterior**



### 3. Indústria del directe

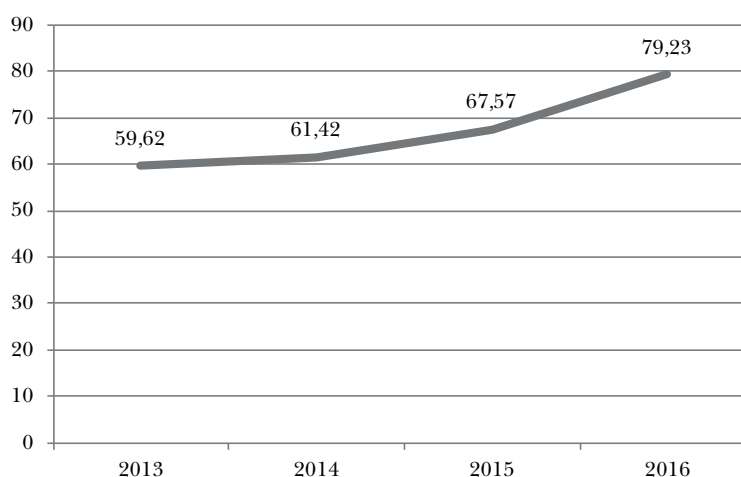
Les dades de 2016 han estat clarament positives per a la indústria catalana de la música en directe i la recuperació indica l'augment de totes les variables respecte a l'exercici anterior, tant pel que fa a la facturació (+17,3%), la xifra d'espectadors (+48,2%) i de concerts (+14,3%) i els treballadors fixos contractats (+29%). Després de dos anys d'evolució, s'ha consolidat la remuntada iniciada el 2014 respecte a l'etapa anterior, un indicador que es podrà consolidar amb l'anunciada rebaixa de l'IVA (del 21 a l'11%) aplicada a les entrades dels espectacles en viu a partir del tercer trimestre del 2017 (vegeu la taula 2 i el gràfic 7). La música en directe plasma així la recuperació de l'economia en general, així com la millora de l'estat d'ànim dels agents del sector i dels mateixos consumidors.

**Taula 2. Nombre de concerts, espectadors i treballadors de la indústria del directe (2013–2016)**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Facturació del sector	79.452.393 €	69.123.583 €	59.621.231 €	61.424.730 €	67.567.203 €	79.229.300 €
Concerts/espectacles	13.268	10.314	11.924	11.841	12.808	14.639
Espectadors	7.444.395	5.456.978	7.792.039	7.739.875	8.280.384	12.273.061
Treballadors fixos	247	212	267	215	238	307

Font: GRUP ENDERROCK (2013–2016).

**Gràfic 7. Facturació de la indústria del directe, en milions d'euros (2013–2016)**



Font: GRUP ENDERROCK (2013–2016).



La facturació de la indústria catalana del directe, amb 79,2 milions d'euros el 2016, ha confirmat l'evident millora sectorial gràcies a un trienni de bons resultats, saldat amb un creixement del 33% respecte al 2013, al qual probablement se sumarà un 10% de beneficis gràcies a la citada rebaixa de l'IVA cultural. La remuntada del darrer exercici ha manifestat la recuperació més important dels últims anys, amb quatre variables que experimenten un creixement positiu, especialment la facturació, que assoleix de nou les cotes de 2011, just abans del sotrac provocat per la crisi dels últims anys. També mostren aquesta evolució els 14.639 concerts celebrats el 2016 a Catalunya (un 24% més que el 2014, quan es va iniciar la recuperació) i dels 12,2 milions d'espectadors (un 59% d'augment respecte també a 2014), així com l'increment del 43% en la contractació de treballadors fixos en els últims dos anys. Aquest ascens notable de concerts i espectadors s'explica perquè els promotors han recuperat gires internacionals i han omplert grans recintes amb un important volum d'entrades venudes, unes circumstàncies a les quals cal afegir una oferta més elevada de concerts gratuïts.

La bona situació general del sector apunta que la inestabilitat es podria haver esvaït, tenint en compte també la recuperació del poder adquisitiu dels consumidors—visualitzat amb el creixement d'espectadors, sobretot estrangers, que assoleix una xifra rècord—i també de l'oferta de concerts, amb un volum que no s'havia registrat des de 2008. Les empreses s'han adaptat a la nova conjuntura, tot i que els ha calgut ajustar-se moltíssim, fins al límit de perillar-ne la viabilitat. De fet, cal contrastar les dades amb el fet que l'any 2008 l'Associació de Representants, Promotors i Mánagers de Catalunya (ARC) agrupava 89 empreses de música en directe i, en canvi, el 2013 eren només 59, una quantitat de socis que s'ha seguit reduint fins als 55 actuals.

### 3.1. Festivals

Els principals festivals catalans han reprès el lideratge amb l'atracció i fidelització de més públic que mai. El 2016 el nombre d'assistents a la trentena de certàmens de pop-rock més importants ha augmentat un 5,3% respecte a l'any anterior i ha assolit la xifra rècord de 1,6 milions d'espectadors, segons recull l'*Anuari de la música 2017*. La dada és molt superior a la registrada el 2015, quan el creixement es va clavar en el 0,1% i tan sols van sobresortir els festivals d'estiu oberts al turisme internacional. En l'àmbit dels Països Catalans, l'augment del 2016 ha representat un 7,5% de millora d'assistents, amb una xifra global de 2,6 milions d'espectadors. Els grans festivals (amb més de 100.000 espectadors) són els que més han crescut, amb un 12,4%, mentre que els mitjans (de 25.000 a 100.000 espectadors) han pujat igualment per sobre de la mitjana, un 8,6%. Només s'han vist afectats encara per la crisi els més petits (menys de 10.000 assistents), que han aportat un descens de públic del 2,5%, amb una dinàmica semblant a les festes majors de les grans ciutats, que perden un 3,1% d'assistents. Pel que fa a la titularitat, els certàmens públics han registrat una caiguda del 4,9%, mentre que els privats, que encapçalen el rànquing pel que fa al nombre d'assistents, són els que registren un augment més significatiu, del 13%. Per distribució geogràfica, els grans festivals barcelonins (Primavera Sound i Sónar) es

**L'impacte econòmic dels mercats i fires musicals ha augmentat un espectacular 42% i representa més de 200 milions d'euros per a la indústria cultural i el territori en el període 2015-2016**



mantenen al capdavant del mercat català, mentre els valencians (Arenal, Rototom, FIB) continuen liderant la llista dels Països Catalans.

### 3.2. Sales, circuits i auditoris

Per la seva banda, els locals catalans de música en viu també han aconseguit el 2016 un augment de concerts i de públic. Les sales han guanyat un 21% d'espectadors el 2016, tot i que venien d'una caiguda de l'11,4% el 2015, de manera que el públic ha augmentat un moderat 3% en el darrer bienni. La xifra de concerts dels darrers dos anys, en canvi, continua a l'alça amb un increment contundent del 15% el 2016, sumat al que ja es va produir l'any anterior del 12,3%. Així, en els darrers dos anys la programació de concerts ha crescut una mitjana del 12%, tenint en compte que les dades de 2014 van ser especialment dolentes. Els valors positius del darrer exercici han garantit la supervivència de la majoria d'equipaments, tot i que alguns espais emblemàtics (Heliogàbal, BeCool, Music Hall...) han hagut de deixar de programar per la situació adversa dels darrers anys i, sobretot, després d'un 2015 fatídic, en què l'augment de concerts no va evitar la desafecció dels assistents. El 2016 s'ha revertit la situació, especialment a la ciutat de Barcelona, entre la vintena de sales principals, segons l'anàlisi de l'Associació de Sales de Concerts de Catalunya (ASACC) i l'*Anuari de la música 2017*.

Si analitzem els circuits, cal parlar igualment de millora gràcies a les xifres positives sostingudes dels principals operadors. El nombre d'espectadors ha crescut un 8,2% el 2016, tot i que en les dues temporades anteriors el creixement havia estat superior: del 12% el 2015 i del 10% el 2014. També s'ha apreciat un notable augment de concerts respecte a 2015, tenint en compte que s'ha passat de 774 actuacions a 854, un creixement del 10,3%. El 2014 i 2015 l'augment havia estat del 14 i del 5%, respectivament. La mitjana d'espectadors per concert també s'ha vist millorada en la darrera temporada, amb 293 persones per concert davant de les 289 de l'any anterior.

Finalment, els grans auditoris i teatres catalans han mantingut el 2016 els indicadors positius amb un clar increment respecte a 2015 del 3,5% d'espectadors i del 7,3% dels concerts. La tendència a l'alça, però, no evidencia un vigor generalitzat a causa del descens de la mitjana d'espectadors per concert, que ha passat de 1.018 a 980. La xarxa d'auditoris i teatres catalans ha consolidat així la tendència a l'alça amb un tercer any consecutiu de més espectadors i sobretot de concerts. Cal remarcar que la darrera temporada els equipaments catalans han fet un esforç pel que fa al volum de programació musical, que ha crescut 6 punts més que el 2015 —estancada en l'1,1%—, per bé que el públic no ha respost amb la mateixa alegria, allunyat de l'alça del 18% que es va registrar el 2015.

### 3.3. Mercats i exportació

Com a apunt final, cal remarcar l'increment de la capacitat per generar negoci dels principals mercats i fires musicals, l'impacte econòmic dels quals ha augmentat un espectacular 42% i representa més de 200 milions

d'euros per a la indústria cultural i el territori en el període 2015–2016. El mapa està encapçalat per les fires professionals Primavera Pro i Sónar+D —vinculades a festivals—, centrades en les noves direccions i vies dels negocis musicals. D'altra banda, la major capacitat de compra i venda dels prop de 10.000 professionals acreditats el 2016, que els darrers cinc anys gairebé s'ha doblat en els principals mercats catalans, ha contribuït igualment als bons resultats aportats pel Mercat de Música Viva de Vic i la Fira Mediterrània.

#### 4. Conclusions

La situació de la indústria de la música a Catalunya en el període 2015–2016 ha estat de nombres positius i d'esperança en la recuperació de la crisi. Per primera vegada en gairebé una dècada, pràcticament tots els indicadors analitzats el 2016 apunten que s'ha superat la crisi, excepte en el cas simptomàtic de la indústria discogràfica. El sector de la música en directe, que el 2016 ja ha representat el 91,3% de la facturació musical a Catalunya —amb un guany de 2,6 punts en relació al pes de l'àmbit discogràfic— es consolida després d'encadenar tres anys de xifres positives. Concerts, festivals, sales, circuits i auditoris aporten de manera global un creixement d'espectadors i de programació, de manera que la facturació de la indústria del directe ha assolit uns valors rècord respecte a la darrera dècada i es pot equiparar als resultats obtinguts el 2008, abans de l'esclat de la crisi econòmica general i de la conjuntural del sector, afectat de ple per la pirateria, els nous formats i la retallada de la inversió pública especialment en la música.

Precisament, un dels entrebancs més greus per al sector musical ha estat la reducció de la inversió pública destinada a cultura per part de les principals institucions en el període 2008–2015. De fet, la música ha estat l'àmbit cultural més castigat per la reducció de pressupost de les principals administracions catalanes en temps de crisi (Generalitat, diputacions i ajuntaments), amb una caiguda del 21%, molt per damunt de la mitjana, i especialment per la tisorada aplicada pel govern català del 60% en els darrers 7 anys. La inversió musical pública per càpita a Catalunya s'ha reduït de 21 a 16 euros per habitant, una estocada que només s'ha compensat gràcies a l'entrada al mercat de patrocinis privats, en especial les empreses cerveseres i la clara generalització dels hàbits de micromecenatge.

Les conseqüències d'aquesta política, aplicada sobretot als països més pobres d'Europa i que han tingut més dificultats per afrontar la crisi, en comparació amb el nord, ha reduït la capacitat competitiva dels empresaris musicals catalans i ha limitat l'oferta als consumidors. A més, la necessitat de mantenir els grans equipaments (el Liceu, el Palau i l'Auditori), sumat a la retirada d'aportacions del Ministeri de Cultura espanyol, ha agreujat encara més la disponibilitat de recursos públics per a un sector que, tot i així, ha aconseguit sobreviure. Els bons resultats del darrer exercici, sumats a la rebaixa —àmpliament reclamada pel sector— del 10% d'IVA a les entrades dels espectacles en directe, hauran de garantir la recuperació d'un àmbit cultural que ha afrontat una contundent reestructuració els darrers temps. Per això, la indústria

**Un dels entrebancs més greus per al sector musical ha estat la reducció de la inversió pública destinada a cultura per part de les principals institucions**



musical reclama ara més que mai la col·laboració entre els àmbits públic i privat per afrontar reptes de futur com el desenvolupament empresarial i la difusió internacional dels artistes catalans.

## 5. Referències

CONSELLERIA DE CULTURA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2016): *Memòria de l'Institut Català de les Empreses Culturals 2015* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. [www.webcitation.org/6sBogELuP](http://www.webcitation.org/6sBogELuP)

GENERALITAT DE CATALUNYA (anual): *Enquesta de participació cultural* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya [www.webcitation.org/6t3P6FWjk](http://www.webcitation.org/6t3P6FWjk)

GRUP ENDERROCK (anual): *Anuari de la música* [En línia]. Barcelona: Grup Enderrock Edicions - ARC. [www.webcitation.org/6sBoG9NGy](http://www.webcitation.org/6sBoG9NGy)

INSTITUT MUNICIPAL DE CULTURA DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA (2016): *Enquesta òmnibus municipal 2016* [En línia]. Barcelona: ICUB. [www.webcitation.org/6sBoXLVsH](http://www.webcitation.org/6sBoXLVsH)

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (2017): *Global music report 2017* [En línia]. Londres: IFPI. [www.webcitation.org/6sBoycz6N](http://www.webcitation.org/6sBoycz6N)

PRODUCTORES DE MÚSICA DE ESPAÑA (2014, 2015, 2016 i 2017): *Mercado de la música* (anys 2013, 2014, 2015 i 2016) [En línia]. Madrid: Promusicae. [www.webcitation.org/6sBon6z3Q](http://www.webcitation.org/6sBon6z3Q)

SOCIETAT GENERAL D'AUTORS I EDITORS (2015, 2016 i 2017): *Informe de gestión SGAE* (anys 2014, 2015 i 2016). Madrid: SGAE.